



Auflage 65.000

Deutschland, Österreich & Schweiz

Mediadaten 2020

Das neue trendige Schlagermagazin

hossa! gibt Superstars der Schlager- und Volksmusik, Nachwuchskünstlern und Fans eine Plattform und eine gemeinsame Stimme – 100 Seiten Musik, 100 Seiten Gänsehautmomente, 100 Seiten Information und Unterhaltung.

Über Künstlerinnen und Künstler aus dem Schlager- und Volksmusiksegment wird viel geschrieben und spekuliert. Das Magazin *hossa!* hingegen verzichtet völlig auf unseriösen Klatsch und Tratsch. Vielmehr ist *hossa!* ein Musikmagazin für ein Genre, dessen Fanbase ständig wächst. *hossa!* spricht auf Augenhöhe mit den Stars und fördert junge Künstler. Schlager und Volksmusik sind mehr als Musikrichtungen – vielmehr ist das Genre mit einem einmaligen Gefühl von Geborgenheit und Lebensfreude sowie einem besonderen Lebensstil verbunden. *hossa!* lebt diese Lebensfreude. Deshalb lädt das Magazin zum Genießen ein. Neben viel Musik stellen etwa Künstler ihre Lieblingsrezepte vor. Reisen in die schönsten Regionen laden zum Träumen und Entdecken ein. Modeexperten geben Tipps für moderne, aber auch traditionelle Trachten.

***hossa!* verbindet Stars und Fans.**

yeah!

**DAS NEUE HEFT IM HEFT -
für Indie, Pop, Klassik und Rock**



Jetzt geht es los!

Der Schlager hat sich gewandelt, klingt frischer und moderner als noch zu ZDF-Hitparaden-Zeiten und erreicht auch immer mehr junge Leute. Songs von Vanessa Mai oder Vincent Gross segeln auf dem Niveau internationaler Pop-Musik und glänzen mit frechen, deutschen Texten. Wer heutzutage Justin Bieber mag, der hört vielleicht auch gerne Julian Reim. Grund genug, einem Schlager- und Volksmusik-Magazin wie hossa! die Türen zu öffnen und auch journalistisch über den Tellerrand zu blicken. So ist hossa! mit yeah! eine Liaison eingegangen und erweitert mit einem neuen ‚Heft am Heft‘ sein Spektrum.

Neben dem traditionellen Schlager, den Malle-Songs oder der Volksmusik widmen wir uns nun auch Musikrichtungen wie Pop, Indie, Klassik oder Rock – mit dem Schwerpunkt deutschsprachige Musik – und schließen so Informations-Lücken für den modernen Musikfan. Auf nunmehr 112 Seiten sind ab sofort interessante Künstler-Interviews, heiße News, Hintergrundgeschichten und Portraits zu finden. So bekommt hossa! zusätzlich eine Major-Rubrik – mit eigenem Cover.

Unser erstes yeah! legt dabei einen starken Start hin und präsentiert im Rahmen eines Exklusiv-Interviews die deutsche Elektropop-Gruppe MiA., die sich mit ihrem Album Limbo neu erfindet ohne ihre Vergangenheit musikalisch auszublenden. Somit markiert diese Veröffentlichung sowohl eine Zäsur als auch die logische Fortsetzung eines soweit eindrucksvollen Werdegangs.

Symptomatisch für den Geist, der yeah! beseelt, steht auch der Münchner Mundart-Artist Kaled, der erfolgreich die Brücken zwischen Pop, Schlager und Rock schlägt. Mit Kennst mi no beweist Kaled, dass er keine ‚exotische‘ Eintagsfliege ist, sondern veröffentlichte einen Dauerbrenner, der trotz mannigfaltiger Einflüsse ein stimmiges Gesamtbild abgibt.

Die Babylon-Berlin-Stars vom Moka Efti Orchestra liefern spannende Einsichten in die Welt des Sounds der 20er-Jahre und beweisen nun auch auf einer ausgiebigen Tournee, dass viel mehr hinter diesem Projekt steckt, als die Soundtrack-Untermalung einer TV-Serie.

Den erfolgreichsten Charts-Einstieg seiner Karriere hat Song-Poet Heinz-Rudolf Kunze mit seinem neuen Album Der Wahrheit die Ehre gefeiert. In yeah! berichtet er, warum der Altersruhestand für ihn noch längst keine Option ist.

Wir hoffen, ihr findet an der Zusammenstellung der ersten Ausgabe Gefallen und lasst Euch von unserer Neugier auf ein breites Musik-Spektrum anstecken. Mit hossa! und yeah! zusammen gibt es ab sofort keine musikalischen Grenzen mehr.

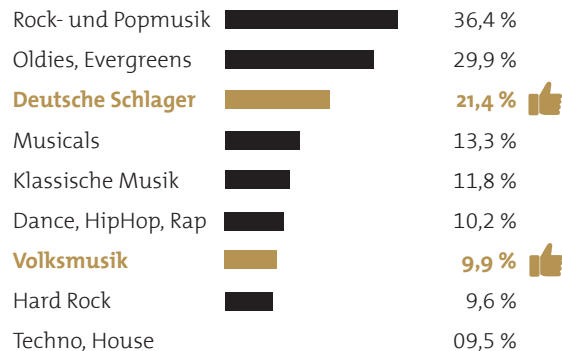
In diesem Sinne – Leinen los!
Das yeah!-Team

Schlager boomt

Schlager und Volksmusik erfreuen sich steigender Beliebtheit. Das zeigen aktuelle Umfragen sowie der Erfolg von Schlager in den Charts und die Quoten der einschlägigen TV-Shows. Das Magazin *hossa!* wird diesem Trend gerecht und informiert die breite Fanbase exklusiv über aktuelle Trends und Hintergründe.

Beliebtheit von Schlager

Anteil der Befragten, welche die jeweilige Musikrichtung gerne hören:



31,3%
Schlager & Volksmusik

Quelle: ifD Allensbach, 2017; 23.356 Befragte, Hochrechnung auf 70,09 Millionen Personen, deutschsprachig, ab 14 Jahren

Schlager in den Charts

Schlager in den offiziellen deutschen Albumcharts 2017:

PLATZ	KÜNSTLER	ALBUM
1	HELENE FISCHER	HELENE FISCHER 👍
2	Ed Sheeran	÷ Divide
3	Die Toten Hosen	Laune der Natur
4	Kollegah & Farid Bang	Jung, brutal, gutaussehend 3
5	THE KELLY FAMILY	WE GOT LOVE 👍
6	Various Artists	Sing meinen Song Vol. 4
7	Peter Maffay	MTV Unplugged
8	SANTIANO	IM AUGEN DES STURMS 👍
9	Rammstein	Rammstein: Paris
10	Depeche Mode	Spirit

Quelle: GfK Entertainment

DREI
Schlagerstars
in den Top 10

Schlager im TV

Top Einschaltquoten von Schlagershows im TV:

Das Adventsfest der 100.000 Lichter	6,76 Millionen
Schlagerboom – das intern. Schlagerfest	6,25 Millionen
Die Helene Fischer-Show	6,11 Millionen
Das große Fest der Besten	5,68 Millionen
Das Glückwunschfest – Silbereisen gratuliert	5,41 Millionen
Eurovision Song Contest	9,38 Millionen

Quelle: Media Perspektiven
Zielgruppe. +3

TOP
QUOTEN
IM TV

hossa! verbindet ...



Foto: MCP Joenesson

RAMPENLICHT

In der Rubrik „Rampenlicht“ kommen die Stars, die bereits ganz oben stehen, exklusiv zu Wort. Sie erzählen über ihre Projekte und alles, was sie bewegt – unverfälscht und direkt.

LEUCHTTURM



Im „Leuchtturm“ stellt hossa! Nachwuchskünstler vor. Wir sehen uns um: Welcher Einzelkünstler oder welche Band wird bald im Rampenlicht stehen?



Foto: Sven Doelle

FEIERLAUNE

In „Feierlaune“ geht es um Mallorca, Après-Ski sowie Partyschiffe, Schlagermoves und vieles mehr. Kurzum: Gute Laune und alles, was Spaß macht, werden hier groß geschrieben.

URSPRUNG



Foto: DOC RABE Media/Adobe Stock

Viele volkstümliche Künstler finden ihre Anfänge in der Blasmusik oder in der echten Volksmusik. Die Rubrik widmet sich dem musikalischen Ursprung und dem Brauchtum.



TELLERRAND

Hier findet Swing genauso Platz wie etwa Chansons oder Künstler, die den Ursprung des Schlagers, Lieder aus den Zwanziger- und Dreißiger Jahren, für sich entdeckt haben.

... Stars und Fans!

EINBLICK



Foto: Mediengruppe RTL Deutschland

hossa! geht der Frage nach, wie die erfolgreichen Hits eigentlich entstehen. Produzenten, Komponisten und Texter gewähren in spannenden Interviews Einblick in ihre Arbeit.

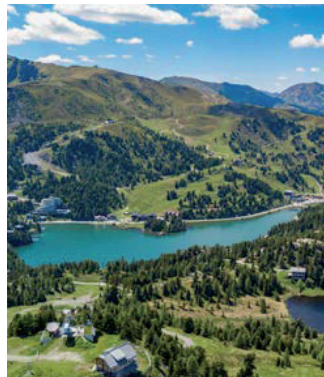


Foto: Viertbauer Management

ERINNERUNG

Die Siebziger Jahre gelten als Blütezeit des deutschen Schlagers. *hossa!* spricht mit Stars der Zeit, Zeitzeugen und Künstlern, die immer noch im Rampenlicht stehen.

FREIZEIT



In „Freizeit“ dreht sich alles um Reisen in die schönsten Regionen, um Mode sowie kulinarische Höhepunkte. So werden Stars etwa ihre Lieblingsrezepte und Urlaubsziele vorstellen.



Foto: ghazii/Adobe Stock

MEDIEN

In der Rubrik erfahren die LeserInnen alles über Schlager und Volksmusik in TV und Radio. *hossa!* beleuchtet in Exklusivinterviews aber auch die Hintergründe erfolgreicher TV-Serien.

FANZONE

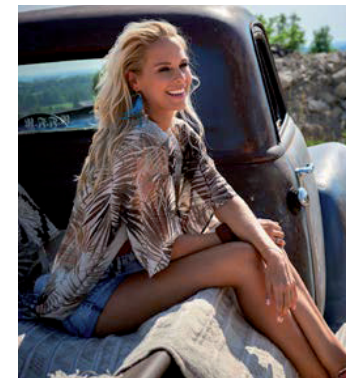


Foto: Telamo

Natürlich ist auch die „Fanzone“ eine wichtige Rubrik. Fans sind schließlich die Basis des Erfolgs eines jeden Künstlers. In der Rubrik stellt *hossa!* Fanclubs vor.

Erscheinungsweise: 4x jährlich

Druckauflage
65.000



Verbreitung
D-AT-CH

Nr.	EVT	DU-Schluss	Redaktionsschluss
Ausgabe 09	30.06.2020	12.06.2020	08.06.2020
Ausgabe 10	30.09.2020	18.09.2020	14.09.2020
Ausgabe 11	29.12.2020	14.12.2020	07.12.2020
Ausgabe 12	31.03.2021	19.03.2021	15.03.2021

Werbemöglichkeiten

DOPPELSEITE

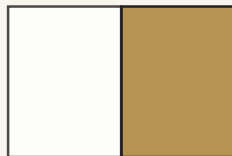


Klassisch/
Advertorials

6.120 €

420x297 mm
+ 3 mm Beschnitt

EINZELSEITE

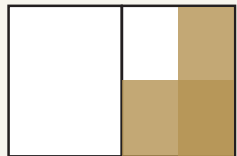


Klassisch/
Advertorials

4.210 €

210x297 mm
+ 3 mm Beschnitt

HALBSEITE

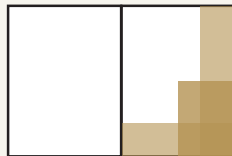


Klassisch/
Advertorials

2.600 €

Hochformat: 105x297 mm
Querformat: 210x148,5 mm
+ 3 mm Beschnitt

VIERTELSEITE

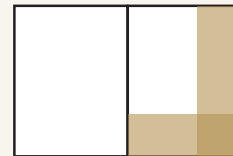


Klassisch/
Advertorials

1.700 €

Hochformat: 52,5x297 mm
Querformat: 210x74,25 mm
Blockformat: 105x148,5 mm
+ 3 mm Beschnitt

1/3 SEITE



Klassisch/
Advertorials

2.150 €

Hochformat: 70x297 mm
Querformat: 210x99 mm
+ 3 mm Beschnitt

SONDERPLATZIERUNGEN

U2, U3	5.550 €
U4	6.450 €
Anzeige + Webbanner	+10%
Erstbucher-Rabatt	-10%

Anzeige plus Social Media
Kooperationen/Specialdeals
Mengenrabatt

+7%
auf Anfrage
ab 3 Anzeigen

Alle Preise zuzüglich MwSt.

Auflage:	65.000
Erscheinungsweise:	4x jährlich
Herausgeber:	DI Presseverlag / Patric Knittel
Chefredakteur:	Michael Humboldt
Verlag- und Redaktionsadresse:	DI Presseverlag Petersbergstraße 13 66119 Saarbrücken
Anzeigenkontakt:	anzeigen@hossa-magazin.de
Redaktion:	redaktion@hossa-magazin.de
Datenanlieferung:	daten@hossa-magazin.de

Kontakt

DI Presseverlag

Patric Knittel

Petersbergstr.13

66119 Saarbrücken

Tel.: +49 - 681 - 390766-0

patric.knittel@hossa-magazin.de

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinne der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbung Treibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Alle Preisangaben verstehen sich zzgl. gültiger Mehrwertsteuer.

2. Die Rabattierung von geschalteten Anzeigen richtet sich nach und verändert sich mit den jeweils aktuellen Anzeigenaufkommen des Auftraggebers. Die Rabattierung von Anzeigen erhöht sich schrittweise mit dem geschalteten Anzeigenvolumen des Auftraggebers (Staffelung laut Liste) innerhalb eines Geschäftsjahres.

3. Eine nachträgliche Rabattierung und Rückvergütung von im Anfang des Geschäftsjahres gebuchten Anzeigen um eine mögliche Differenz der Firmen-Rabattierung zu Beendigung des Geschäftsjahres ist möglich.

4. Wird ein Anzeigenauftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung in den Risikobereich des Verlages fällt.

5. Die Aufnahme von Anzeigen und Fremdbeilagen in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erfolgt dann, wenn der Auftraggeber erklärt hat, dass die Anzeige oder Fremdbeilage in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift erscheinen soll und dies vom Verlag ausdrücklich bestätigt worden ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

6. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

7. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form abzulehnen, wenn der Verlag aufgrund pflichtgemäßen Ermessens einen Verstoß der betreffenden Anzeige gegen Gesetze, behördliche Bestimmungen oder die guten Sitten feststellt oder die Veröffentlichung erkennbar für den Verlag unzumutbar ist. Beilagenaufträge werden nicht durchgeführt, wenn die Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Darüber hinaus kann der Verlag Beilagenaufträge aus technischen und vertrieblichen Gründen bis zur Vorlage eines Musters der Beilage und ihrer Billigung ablehnen. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Für die inhaltliche Gestaltung der Anzeige übernimmt der Verlag keine Haftung. Der Auftraggeber haftet dafür, dass sein Auftrag keine Schutzrechte Dritter verletzt und stellt insofern den Verlag von allen Ansprüchen aus der Benutzung solcher Schutzrechte frei.

8. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich

Ersatz an. Der Auftraggeber trägt die Gefahr für den rechtzeitigen Zugang der entsprechenden Ersatzunterlagen. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

9. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Nachfrist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Rücktrittsrecht. Der Verlag haftet nicht für einfache Fahrlässigkeit. Dieser Haftungsausschluss gilt nicht im Fall des Fehlens zugesicherter Eigenschaft. Der Verlag haftet nur bei Verzug oder Unzulänglichkeit für vorhersehbare Schäden, jedoch nur bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts. Schadensersatzansprüche aus Delikt sind ausgeschlossen, es sei denn, der Schaden wurde vorsätzlich oder durch grobe Fahrlässigkeit verursacht, dies gilt auch bei Handlungen unserer Vorrichtungen- und Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten für grobe Fahrlässigkeit ein Ersatz auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Im übrigen gilt § 377 HGB, darüber hinaus müssen Reklamationen – außer bei offensichtlich Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

10. Bei Vorliegen von Tatbeständen, die als höhere Gewalt gelten – wie Streik, Aussperrung, Betriebsstörung o.Ä. – und die dem Verlag die Vertragserfüllung unmöglich oder unzumutbar machen, befreien diese den Verlag für die Dauer ihres Vorliegens von der Pflicht zur termingerechten Veröffentlichung der Anzeige. Der Auftraggeber wird hierüber unverzüglich benachrichtigt und die gegenseitigen Vertragsverpflichtungen sind den veränderten Verhältnissen nach treu und Glauben entsprechend anzupassen.

11. Probeabzüge vom im Verlag gestalteten Anzeigen werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preislise ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach Preislise gewährt.

13. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von einem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

14. Scheckhergabe gilt erst nach Einlösung als Zahlung. Ist der Auftraggeber Kaufmann, so ist die Zurückhaltung von Zahlungen wegen irgendwelcher nicht vom Verlag anerkannten Gegenansprüche des Auftraggebers nicht statthaft, eben so wenig die Aufrechnung mit solchen.

15. Tritt der Auftraggeber unberechtigt von einem erteilten Auftrag zurück oder liefert die Anzeigenvorlage nicht termingerecht zum DU-Schluss, so kann der Verlag – unbeschadet der Möglichkeit, einen höheren tatsächlichen Schaden geltend zu machen – 75% des Anzeigenwertes für die durch die Bearbeitung des Auftrages entstandenen Kosten und für entgangenen Gewinn fordern. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis eines geringen Schadens vorbehalten.

16. Der Verlag liefert nach der Rechnung einen Anzeigenbeleg in Form von einer oder mehrerer Belegnummern. Eine Garantie für pünktliche oder ordnungsgemäße Zustellung übernimmt der Verlag nicht. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

17. Kosten für die Anfertigung bestimmter Druckvorlagen und Zeichnungen sowie die vom Auftraggeber gewünschte und zu vertretende erhebliche Änderung ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

18. Die Werbungsmitter und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbung Treibenden an die Preislise des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährten Mitteilungsvergütungen dürfen an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

19. Sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen ist, treten neue Tarife bei Preisanpassung auch für laufende Aufträge sofort in Kraft; dies gilt gegenüber Nichtkaufleuten nicht bei Aufträgen, die innerhalb von vier Monaten nach dem Vertragsabschluß abgewickelt werden sollen. 20. Ein Konzernrabatt wird für Tochtergesellschaften nur dann gewährt, wenn der schriftliche Nachweis einer Kapitalbeteiligung von mehr als 50% erbracht wird.

21. Preis für Beiheter, Beikleber und technische Sonderausführungen sind nicht Bestandteil der Preislise und müssen mit dem Verlag direkt ausgehandelt werden. Der Verlag haftet auch nicht für Transport-, Speditions- oder Zollgebühren, wenn nicht ausdrücklich anders vereinbart.

22. Diese Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beiheter oder technische Sonderausführungen.

23. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages, Saarbrücken. Gerichtsstand ist, soweit das Gesetz zwingend nichts anderes vorsieht, der Sitz des Verlages. Für den Fall, dass der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt ist, sowie für den Fall, dass der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart. Es gilt ausschließlich deutsches Recht – auch wenn der Auftraggeber seinen Firmensitz im Ausland hat. Sollte eine Bestimmung nichtig sein oder werden, so bleibt die Gültigkeit der anderen Bestimmungen hiervon unberührt.